

As transformações ocorridas pela nova midiatização no jornalismo e seus respectivos impactos na sociedade.¹

Nara REIS²

Iluska COUTINHO³

Universidade Federal de Juiz de Fora, Minas Gerais, MG

Resumo

As transformações ocorridas no jornalismo e na sociedade em midiatização trazem uma série de questões que precisam ser abordadas e discutidas. O programa Roda Viva produzido pela tevê Cultura é um espaço rico para levantar assuntos de interesse público e debatidos de forma a fundamentar opiniões e buscar novos caminhos para o telespectador. Ao vê-lo, a possibilidade de pluralidade de informações, pensamentos e opiniões se ampliam tornando-o uma arena. No dia 5 de agosto de 2013 os convidados foram Bruno Torturra e Pablo Capilé fundadores da Mídia Ninja. E para compreender as novas formas de fazer jornalismo vamos analisar o programa na tentativa de descobrir se o trabalho realizado pela Mídia Ninja influenciou as pessoas, e o que as pessoas absorveram após o programa. Ou seja, trabalhar no âmbito da recepção do programa no público com o tema Mídia Ninja.

Palavras-chave: Roda Viva; mídia ninja; jornalismo público.

Texto

A tevê cultura é uma rede de televisão pública que visa o caráter educativo e cultural. Sua fundação foi em 20 de setembro de 1960 pelos Diários Associados. Reconhecida em trinta de janeiro de 2014 pelo instituto de pesquisa britânico Populus, a TV Cultura é o segundo canal de maior qualidade do mundo, atrás apenas da BBC One. “A televisão pública nasceu no Brasil com a incumbência de suprir duas carências: a falta de programas educativos nas emissoras comerciais e a fragilidade do sistema educacional brasileiro”. (BARROS,Filho-2010). Juntamente com a TV Brasil busca fazer uma televisão que visa o interesse público, educação e o jornalismo público.

A partir dessas perspectivas a TV Cultura produz o programa Roda Viva com um conteúdo diversificado e abundante.

¹ Trabalho apresentado no Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da comunicação – XXXVI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Estudante de Graduação 4º. semestre do Curso de Jornalismo da Facom-UFJF, email: narajack7@gmail.com

³ Orientador do trabalho. Professora do Curso de Jornalismo da Facom-UFJF, email: iluska@globo.com

Segundo (BRAGA, José – 2006 Pág. 13,14.), o programa se caracteriza como uma esfera pública, isto é, espaço público onde atos discursivos da sociedade são realizados que interessam a todos, em favor da igualdade e liberdade.

Os processos de tensionamento, a centralidade do entrevistado – tanto nos ângulos em que se vê pressionado como nas falas em que exerce um bom controle de sua imagem – oferecem uma contextualização forte para os temas e proposições em foco. O valor antropológico de apresentar-se uma situação pessoal viabiliza uma interação correspondente – por identificação, contraposição, curiosidade lúdica, observação das táticas de enfrentamento da situação. O programa cria um âmbito de realidade concreta experimentada diretamente na expectativa do que será a próxima pergunta, estimulada pela qualidade e competência retórica da resposta, pela habilidade coletiva dos entrevistadores, pelo aparecimento dos próximos ângulos e sub-temas. (BRAGA, José-2006, pág. 13,14.)

O programa da TV Cultura possui características peculiares. Roda Viva é um talk show brasileiro apresentado desde setembro de 1986. Possuindo convidados diversos conhecidos nacionalmente e internacional. O cenário é rodeado por câmeras fazendo com que o entrevistado fique sempre de frente para alguma delas. O tom da conversa é informal.

. Os temas abordados são que estão em evidência na grande mídia, o que possibilita uma maior participação tanto dos convidados como dos telespectadores que almejam conhecer não somente os dois lados da moeda, mas uma imensidão de lados. Os convidados são a principal arma para o programa produzir o desejado, pois o clima em que os entrevistadores questionam energicamente os entrevistados faz com que eles argumentem sobre tal pergunta ou assunto abordado.

Levado por Mário Sérgio Conti, os convidados Alberto Dines, editor do site e do programa *Observatório da Imprensa*; Eugênio Bucci, colunista do jornal *O Estado de São Paulo* e da revista *Época*, Caio Túlio, consultor de mídia e professor da Escola Superior de Propaganda e Marketing (ESPM); Suzana Singer, ombudsman do jornal *Folha de São Paulo* e Wilson Moherdauí, diretor da revista *Telecom*, propuseram uma arena de debates no dia 5 de Agosto com os dois fundadores da Mídia Ninja, Pablo Capilé e Bruno Torturra.

A Mídia Ninja ficou nacionalmente conhecida pela cobertura das manifestações em junho de 2013, pois fizeram de forma diferente do que faz o jornalismo tradicional, assim despertando uma curiosidade da população em saber e conhecer seus trabalhos desenvolvidos. Com equipamentos como celulares, notebooks e uma rede de colaboradores

como cita os entrevistados no programa conseguiram transmitir em tempo real, os protestos pela internet.

Bruno Torturra explica que a Mídia Ninja é uma sigla: Narrativas Independentes Jornalismo e Ação. Sua existência não é de 2013, porque já estão com esse projeto em desenvolvimento há 10 anos. Afirmam que fazem sim jornalismo, talvez não o convencional, porque buscam uma nova objetividade dentro da comunicação.

É interessante notar que Bruno Torturra salienta o momento pós-industrial em que se vive, e defende a atividade jornalística sem obtenção de lucros exacerbados, um jornalismo independente e não encarado como uma atividade industrial.

Acho que estamos vivendo isso, o jornalismo pós-industrial. Acho que isso vai ser muito positivo para o jornalismo. Que ele deixe de ser encarado como uma atividade industrial, e que o jornalista pare de ser encarado como um operário, um funcionário convencional. Quando a gente está na idade da informação, e não mais na era industrial, como é que o jornalismo ainda é pensado nos moldes do começo do século XX? Eu sou muito otimista, não só em relação à minha sustentabilidade, mas à sustentabilidade de jornalistas e comunicadores, pois muita gente que, não só está sem emprego hoje, mas também está saindo dessas redações. O que eu acho que tem de ser tirado do foco, na verdade, é que ainda é muito refém dessa lógica de que jornalismo é necessariamente muito caro. Muito caro talvez seja ter um prédio de vinte andares, ter um Publisher que tem uma expectativa de crescimento alto. Mas como é que a lógica de rede, que a internet representa, não se torna uma nova lógica econômica dentro da idade da informação, dentro do jornalismo? É isso que estamos em busca.

Neste ponto verificamos um fator importante de como é praticado o jornalismo no Brasil. Instituir a atividade jornalística como algo rentável, uma empresa, transformou as informações como meio para se ganhar dinheiro. Todas as atividades jornalísticas são feitas para obter um lucro, mas essa não deve ser o foco principal. E para negar essa lógica econômica o jornalismo público veem com o intuito de democratizar a informação.

Sabe-se que a televisão pública nasceu no Brasil com o intuito de suprir duas carências como já citadas acima, porém infelizmente as emissoras brasileiras públicas não possuem alta audiência se forem comparadas com as comerciais. A TV Brasil, Cultura e outras tentam fazer jornalismo e programas que realmente se preocupam com o interesse do público. Sendo que um dos propósitos do jornalismo público é:

Procura enfrentar sérias rupturas na esfera cívica e o decorrente declínio no engajamento dos cidadãos nos processos democráticos. De acordo com seus principais defensores, os jornalistas têm a responsabilidade de alimentar o compromisso cívico e a participação dos cidadãos; o jornalismo deveria promover, e até mesmo ajudar a ampliar a qualidade da vida pública. (Haas; Steiner, 2002, p.325).

Por outro lado, as empresas e oligopólios formados no país impedem o cumprimento desses conceitos. A não regulamentação dificulta o trabalho do jornalista que se vê com grandes limitações dentro da comunicação. A partir do momento que a população sair da passividade e almejar outras maneiras de consumir informação, o caminho se expande e força uma nova postura tanto dos profissionais como também da mídia.

O assunto opinião pública é recorrente e muito relevante quando se fala de jornalismo público. A mídia tradicional esquece ou não quer a participação do público, e quando possui e de maneira muito superficial. Rothberg (2011) salienta que para haver interferência na produção dos meios jornalísticos, a opinião pública deve ser considerada pública de fato, uma vez construída de maneira coletiva e compartilhada a partir das relações sociais que alimentam a identidade de pertencimento a uma comunidade.

Esse conceito trazido por Rothber (2011) faz alusão a não pratica jornalística nas emissoras privadas no Brasil, sendo que as públicas deveriam inserir a opinião pública como um conceito primordial e acaba caindo no esquecimento.

Assuntos recorrentes no programa

A mídia tradicional está sofrendo com a mudança do impresso para Web. Esse ponto é discutido no debate/entrevista, pois a maneira como a Mídia Ninja faz jornalismo, será que ela estaria abrindo um caminho para outras mídias? Ou somente revolucionando o modo de gerar informação? A mídia tradicional encontra uma barreira de migrar o jornal e revista para Web, pois a rentabilidade cai drasticamente. Pablo Capilé faz uma alusão à música que também passou por momentos de tensão, mas se recuperou. Assim, o jornalismo também pode alcançar maneiras eficazes de mudar e complementar a informação de interesse público.

Outro ponto destacado no debate/entrevista sobre a Mídia Ninja é a credibilidade. Esse fator na produção das notícias é um parâmetro que deve ser seguido e a partir desse

fator ter o questionamento se é credível ou não a informação. Portanto, o ponto de vista abordado pelos ninjas seria de que se a pessoa se identifica com o conteúdo transmitido, ela acredita no trabalho realizado. Logo, o questionamento se a Mídia Ninja faz jornalismo ou não recai no debate/entrevista. E Bruno Torturra ainda expõe que se a pessoa se sente representada deve ajudar a financiar o jornalismo independente, ou seja, no programa colocam que uma das formas para colaborar com o jornalismo independente que o Grupo realiza, seria o financiamento colaborativo.

Crítérios do jornalismo

Um dos cuidados da atividade jornalística é a apuração. E com a midiatização as fontes se ampliaram muito, facilitando o acesso, mas por outro lado talvez fique a desejar na apuração. (MACHADO, Elias; 2008) explica de maneira sucinta a partir da visão do ciberespaço como o cenário jornalístico se modificou.

Em vez da divisão em editorias específicas como ocorre no jornalismo convencional nas redações digitais os membros da publicação são dispostos de forma mais livre para facilitar o trabalho em torno de uma temática comum. Como a descentralização da produção dos conteúdos dificulta o contato direto entre os profissionais a construção de redes de comunicação internas evita o isolamento entre os colegas, contribuindo para que o produto final seja o resultado de um esforço coletivo. Quanto mais cada profissional envolvido com o projeto estiver vinculado a construção da rede interna de comunicação maiores são as possibilidades de troca de dados ou experiências porque o segredo do sucesso de um rede de comunicação reside na diversidade de fontes disponíveis. O jornalismo nas redes promove uma inversão no processo tradicional de produção de notícias porque o repórter antes de sair em perseguição de uma personalidade qualquer para recolher uma declaração sobre um determinado fato deve empreender um levantamento dos dados necessários para elaborar a notícia ou reportagem. Enquanto no jornalismo convencional, muitas vezes, a notícia consiste na própria declaração, o jornalismo nas redes possibilita que a declaração seja um dos elementos que reforça a credibilidade da notícia, quando permite aos envolvidos o direito de expressar comentários sobre o caso. A inversão no processo produtivo nada tem a ver com a substituição dos postos clássicos de cobertura como prefeituras, câmaras de vereadores, assembleias legislativas, governos estaduais ou federais, câmara federal, senado ou federações empresariais e sindicais pelas variadas fontes independentes acessíveis no ciberespaço.

Isto é posto pela Mídia Ninja através de seus conteúdos. O que é questionável é como é feita a seleção, a elaboração, como transformam os conteúdos em notícia, pois o jornalismo apesar de toda transformação possui suas características e critérios de noticiabilidade que são de extrema relevância tanto para os jornalistas como para o público.

Existem vários enquadramentos que se pode abordar em uma notícia sendo que é muito importante avaliar o quão é importante dar destaque a determinado assunto e descartar outro. Alguns critérios são seguidos para definir qual enquadramento foi evidenciado. Um deles é o equilíbrio.

O equilíbrio é um critério de produção da pluralidade. Ele deve ser empregado em processos com duplo desafio: primeiramente, é preciso identificar as visões que merecem expressão a respeito de um dado assunto, porquanto mais intimamente relacionadas a ele e representativas dos setores relevantes. Em segundo lugar, é preciso planejar como cada uma das perspectivas detectadas deve ser colocada, utilizando-se finalmente as possibilidades de linguagem do jornalismo em tratamento sério e ponderado. (ROTHBERG, Danilo, 2007, pág.2)

Entendidos como o equilíbrio é indispensável vamos categorizar alguns dos enquadramentos para entender se a Mídia Ninja busca algum enquadramento. O mais utilizado é o de jogo que seria “a ênfase das matérias recai sobre o potencial de disputa em tese envolvido nos movimento dos políticos”. (ROTHBERG, Danilo; 2007); enquadramento de conflito: “se noticia a violência cometida por ou contra adolescentes em conflito com a lei sem a contextualização legal ou conceitual devida, apenas com ênfase sobre os aspectos sensacionais do fato”. (ROTHBERG, Danilo; 2007). Já o que se espera do enfoque jornalístico é o enquadramento temático, ou seja, “vistos pelos estudiosos da área como um meio de superar a fragmentação e a superficialidade promovidas pelos outros enquadramentos”. (ROTHBERG, Danilo; 2007). Neste caso o jornalista deve lutar pelo equilíbrio e pluralidade para obter uma ampla visão do assunto. Com isso pode-se transmitir ao público informações fundamentadas e alcance de multiplicações de pontos de vistas. Por conseguinte, não se verificou nenhum enquadramento nas coberturas feitas pela Mídia Ninja.

Trabalhando como o enquadramento temático o Roda Viva multiplica e engendra no assunto, dedicando a aprofundar e desvendar as informações obscuras que não estão em evidência. Como Tortura e Capilé são indagados a todo o momento pelas suas afinidades partidárias, a estrutura formada pelo grupo, como funciona as casas distribuídas pelo país, o conglomerado de ações executadas juntamente com o Fora do Eixo e mais uma série de questionamentos feitos pelos entrevistados, inferimos a partir das repostas que não há uma preocupação dos ninjas a respeito de enquadramentos ou critérios jornalísticos. Visto que é uma rede, cada colaborador distribui informações aleatoriamente, sem edição, e uma transmissão pode chegar a até 6 horas na Web, e isso dificulta a compreensão dos internautas. O conteúdo a ser transmitido é apenas relatos, portanto cabe à pessoa absorver essas inúmeras informações e tentar aproveitar algo. No vídeo eles falam que a Mídia Ninja é composta por vários colaboradores e nem todos são jornalistas. Ressaltam também que precisam melhor e muito seus conteúdos, mas isso vai ocorrer gradativamente.

Mídia Ninja e sua ascensão

É inevitável não comparar a mídia tradicional com a Mídia Ninja. Pensando como a mídia tradicional usa o fator experimentação para produzir determinado conteúdo, ou seja, realizam, e se ocorrer como o planejado repete o processo que foi utilizado para atingir tal objetivo, senão, investigam outra forma de alcançar, assim também é feito pela Mídia Ninja.

É interessante visar pontos em questão que até então muito tempo à sociedade não tinha conhecimento. A Mídia Ninja após as manifestações de junho aumentou consideravelmente seus seguidores e adeptos dessa nova prática, hoje conta com quase 300 mil curtidas na página do facebook, porém comparados com outros meios é relativamente baixo esse número. Com base na observação desse novo fenômeno detectamos esse fragmento da sociedade para de fato compreender a popularização desse grupo na sociedade estudantil da Universidade Federal de Juiz de Fora. Lembrando que o trabalho realizado por eles que na maioria são jovens gera uma identificação com outros jovens. O objetivo é promover a exibição do programa Roda Viva com a Mídia Ninja de duração de uma hora e trinta minutos a jovens estudantes, o convite foi feito aleatoriamente e participaram 12 alunos de cursos distintos, e para saber se o programa afetou a opinião desses jovens após o programa realizado no dia 5 de agosto de 2013 sobre esse grupo.

De forma a poder extrair elementos observáveis e concretos na pesquisa elaborou-se perguntas para serem respondidas pelos jovens de maneira a encontrar se após a exibição do programa da Mídia Ninja passou a deter de mais credibilidade perante os jovens estudantes da UFJF.

A metodologia escolhida para adquirir satisfatoriamente resultados palpáveis foi um grupo focal. No sentido que todos estivessem uma noção do era a Mídia Ninja foi exemplificado em síntese de uma lauda para todo. Porque caso a pessoa não soubesse mesmo que superficialmente sobre o que se tratava o vídeo poderia interferir no resultado final da pesquisa. Após a exibição do vídeo um questionário seria feito para coletar informações. A idade dos participantes era de 18 a 29 anos de idade.

Em primeira instância é preciso apontar o conhecimento desses jovens sobre o programa Roda Viva para ampliar o resultado final. Por conseguinte a primeira pergunta foi se a pessoa conhecia o programa Roda Viva produzido pela tevê Cultura e se já havia assistido algum. A maioria relatou que não conhecia o programa, mas sabia da existência, porém nunca assistiu nenhuma exibição nem pela tevê ou internet. A próxima era se a partir da exibição do programa procuraria o site da Mídia Ninja. Todos disseram que sim. A seguinte: qual sua opinião a partir do debate\entrevista sobre a Mídia Ninja? Todos evidenciaram o quão produtivo foi a arena montada, como deixou claro alguns propósitos do grupo que não conseguiam observar antes do vídeo, e de tal forma é uma alternativa no meio de comunicação e das notícias. De forma inovadora e corajosa, eles levam as notícias às pessoas pela internet, com um recurso muito utilizado nos dias de hoje, em especial pelos jovens. Ressaltam também que o mais interessante é o ativismo do grupo o que torna as notícias muito mais “reais”.

Além disso, relataram que o debate foi muito rico em informações e esclarecedor podendo conhecer mais sobre a Mídia Ninja. Outra informação colhida é de que a proposta da Mídia Ninja é muito boa, mas tem muita coisa para melhorar. Por isso, o trabalho jornalístico envolve muito mais do que uma simples tentativa de reflexo do real. O jornalismo deve proporcionar aprofundamento e contextualização dos fatos, deve permitir ao público o entendimento das implicações dos acontecimentos em suas vidas. Fazer com que isso aconteça envolve mais que divulgar uma informação, em tempo real e sem cortes. Há de se ter uma preparação, uma checagem dos fatos, um equilíbrio, e muitos outros princípios que permeiam a profissão, para que não se faça o que se critica na mídia comercial. Acreditam também que não é a melhor alternativa de narrativa independente,

porém é um recurso diferente, o que é super válido. E por fim que os ninjas querem fazer um jornalismo mais “real”, retratando os acontecimentos de maneira mais rápida e intensa do que a mídia tradicional.

A respeito de ser uma mídia independente, sem interesses particulares ou políticos envolvidos, terem um próprio sistema em rede de financiamento por meio de trabalhos culturais desenvolvidos pelos colaboradores juntamente com o Fora do Eixo e propagar a liberdade editorial, passam por atribulações financeiras. Lançou no programa a ideia de conseguir futuramente financiamentos colaborativos, as pessoas financiariam com um valor simbólico a partir de likes feitos na página no facebook e outros meios.

A pergunta feita foi se algum deles financiaria a Mídia Ninja. A maioria disse que financiaria os projetos desenvolvidos por eles. Como seriam financiamentos colaborativos e não com propagandas, verbas públicas, as pessoas se propuseram a ajudar os ninjas visando uma nova prática de se fazer jornalismo, porém a minoria faz uma ressalva importante. Diz que não financiaria, pois, apesar de a ideia ser boa, ainda ficam muitas dúvidas com relação ao grupo. Seria necessário conhecer melhor a estrutura interna de funcionamento e as outras atividades, conhecer a fundo os verdadeiros interesses e objetivos do grupo, para depois levar em consideração a possibilidade de contribuição com seus trabalhos. De outro modo fizeram considerações importantes de que financiariam apenas se fossem realmente independentes, mas acreditam que não são.

Pensando na perspectiva de que as emissoras mesmo privadas são concessões públicas, ou seja, contribuímos com nossos impostos para elaboração do conteúdo midiático transmitido pelos televisores de todo país. Consequentemente, temos o direito de exigir uma programação de qualidade, sendo que o público é muito importante para a construção de conteúdo, porque o que dita se a programação está boa ou ruim é ele, por intermédio da audiência. Sair da passividade seria a essência para a democratização das informações.

Vale lembrar que qualquer controle que se afirme legitimamente público sobre as idéias em voga há de ser praticado pelo próprio público, sem intermediários que arrostem a si próprios a prerrogativa de representá-lo, sobretudo em fóruns e conferências cuja representatividade é absolutamente nula. Este controle já é amplamente praticado, quando o cidadão escolhe comprar um jornal, assistir a um determinado canal de tevê, sintonizar uma frequência de rádio ou acessar o site ou blog de sua preferência. (CRISTOFEN, Klauber, 2009).

Todavia, não somente praticado pelas escolhas, mas na prática o público deveria ter o conhecimento da seleção das notícias, e os meios de elaboração.

A próxima pergunta foi: quais os aspectos conclusivos absorvidos? É notável uma satisfação por conhecerem que existem outros meios de transmitir informação, fugindo do jornalismo tradicional. E de que o coletivo não é assim tão independente, ainda que de forma indireta há uma dependência de verbas públicas. Por outrora a tecnologia tem permitido uma maior interação com o público, portanto vê em projetos como da Mídia Ninja uma alternativa frente a grande mídia, e um canal para anseios e opiniões.

Pensando agora no sentimento que eles transmitiram aos telespectadores que assistiram ao programa classificamos alguns sentimentos mencionados: curiosidade, esclarecimento, sentimentos de necessidade de mudança no fazer jornalístico, ser uma alternativa díspar em relação as outras mídias, e principalmente às grandes redes de comunicação no Brasil.

Os entrevistados do grupo 50% disseram que a Mídia Ninja faz jornalismo. É claro que de uma maneira diferente do tradicional, já que eles não editam as notícias e não passam por alguns critérios. Salientam que buscam fazer jornalismo vivendo os acontecimentos e transmitindo-os. Os outros 50% questionam dizendo que é difícil categorizar se realmente fazem jornalismo. Eles produzem informação, transmitem informação, porém pula, etapas, ignoram critérios de noticiabilidade e não buscam a “imparcialdade”.

Aspectos Conclusivos

É depreendido de que a Mídia Ninja após ir ao programa Roda Viva no dia 5 de Agosto de 2013 induz as pessoas a procurarem seu site, redes sociais, acompanhar as notícias vinculadas por eles, despertando o interesse para avaliar que tipo de jornalismo fazem realizado por essa nova mídia. Saber até que ponto ela é realmente uma alternativa que se diferencia das grandes redes de comunicação. Incentivou o olhar crítico ao mensurar os fatos passados pela mídia e de que a possibilidade de atuar como um contraponto à mídia tradicional, fazendo um jornalismo diferente, mais ativo, contagia. Além dos sentimentos de ativismo, curiosidade, vontade de conhecer mais a Mídia Ninja e seus trabalhos. No entanto, a insegurança pertencente aos seus trabalhos é evidente, pois a credibilidade é um fator primordial no jornalismo, e eles não transparecem esse fator o que prejudica o

entendimento e questionamentos a cerca se é credível ou não. Contudo, torna-se perceptível uma fragilidade abundante no projeto. As novas tecnologias acarretam a necessidade de repensar a cobertura jornalística, não apenas pelas possibilidades de transmissão simultânea, mas também por permitir que as pessoas participem da construção das notícias e manifestem suas opiniões com alcance significativo.

Referências

Roda Viva – uma encenação da esfera pública. Artigo publicado em 2006, no Intercom XXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

Programa Analisado.

Roda Viva. São Paulo, 5 de agosto de 2013. Disponível em:

<https://www.youtube.com/watch?v=vYgXth8QI8M>

Acesso em: 20 de maio de 2014.

O ciberespaço como fonte para os jornalistas. E. Machado 2008. Disponível em:

<http://www.bocc.ubi.pt/pag/texto.php3?html2=machado-elias-ciberespaco-jornalistas.html>

Enquadramento e metodologia de crítica de mídia. Artigo publicado em 2007, ROTHBERG, Danilo. SBP jor – 5º encontro nacional de pesquisadores em jornalismo.

Os processos experimentais e as transformações observáveis no jornalismo e na sociedade – em debate, as mudanças no cenário. Artigo publicado em 2013, MEDEIROS, Lúcia, no II Colóquio Semiótica das Mídias.

Concessão: Pública ou Estatal? Artigo publicado pela mídia sem máscaras. CRISTOFEN, Klauber, 2007. Disponível em: <http://www.midiaseम्मascara.org/artigos/governo-do-pt/10528-concessao-publica-ou-estatal.html>

ROTHBERG, Danilo, 1972. **Jornalismo público: informação, cidadania e televisão-** São Paulo: Editora UNESP, 2011.

